

ƏRZAQ BAZARININ İDXAL VƏ İXRAC STRUKTURUNUN METODOLOJİ ƏSASLARI

A.Ş.MÖVSÜMOVA, dissertant
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti

İdxal-ixrac prosesi bazar tələbatı və təklifinin mənbələri olmaqla makroiqtisadi və mikrosəviyyəli xüsusiyyətlər ayrı-ayrı məhsul və xidmət növü üzrə resurs, yaxud hazır məhsul formasında özünü göstərir.

İdxalın dəyişməsi istehsal və istehlak nisbətinin dəyişməsi ilə dəyişir. İstehlak istehsaldan daha çox asılı olduqda istehsal xarakterli idxal daha səmərəlidir. Bunun sosial səmərəsi, daxili bazarda istehlak tələbatını ödəmək üçün istehsalı artırmaq və ixracat potensialını gücləndirmək qiyməti ilə artır. Ona görə də idxalın özü də müəyyən mənada fəal geniş təkrar istehsalın amili kimi formalaşır. Ona geniş təkrar istehsal baxımından iqtisadi artımla müqayisədə səmərəlilik əldə olunur. Ümumiləşmiş formada idxalı istehlak tələbatı və ixracadan asılı funksiya ilə təsvir etmək daha düzgündür.

$$I_x(t) = f[\dot{I}_x(t), I(t)]$$

Burada, $I_x(t)$ - idxal həcmnin dəyişməsi meyli, $\dot{I}_x(t)$, ixracat məhsulunun miqdarı, $I(t)$ - istehlak həcmidir.

$I_x(t)$ -idxal həcmnin və onun strukturunda istehsal xarakterli məhsulların xüsusi çəkisinin çox olması, həmçinin əmək ehtiyatlarına tələbatı artırır. Belə ki, bazar strukturunda daha çox sosial yönü məqsədlər üçün nəticələr daha sürətlə artır. İdxalın xarakteri həmçinin əhalinin sağlamlığı və kədr potensialının peşə istiqamətinin, ayrı-ayrı ərazilərin kompleks inkişafını təmin edirsə, bəzi ənənəvi istehlak mallarının daha çox idxal hesabına istehsalı və istehlakı baş verir. Belə ki, "Koka-kola", "Fanta" istehsalı mineral su istehsalının azalmasına daha çox xarici şirkətlərin yerli ucuz resursların emalı və istifadəsinə yönəldilir. Bu gün ərzaq bazarında yeni istehsal firmaları, şirkətlər, birgə müəssisələr və həmçinin xarici kapital hesabına istehsalın artması, daha çox məhsuldar kapitalın axınının sosial-iqtisadi effektini müəyyənləşdirir. Sosial-iqtisadi amil olaraq xüsusi ölkəyə gətirilməsi yeni iş yerlərinin açılması ilə əhalinin alıcılıq qabiliyyətini artırır, bu da qiymətin aşağı düşməsi və daxili bazarda tələb və təklifin dəyişməsində səmərənin yaranması baş verir. Beləliklə, idxala bir tərəfli yanaşma yox, onun sosial-iqtisadi nəticələrini qiymətləndirmək anatomiyasını açmaq yolu ilə tənzimləmə siyasəti aparmaq daha sərfəlidir. İdxal məhsullarına tətbiq olunan vergi və rüsumlar, onun axınını stimullaşdırır.

İdxal və ixraca stimul yaratmaq iqtisadi islahatların şəraiti və nəticəsinin səmərəli idarə olunması ilə tənzimlənir. İdxala tələbat integrasiya və köklü islahatlar həyata keçirmək üçün vacib şərait olmaqla iqtisadi ma-

raqlar və kommersiya mənfəəti güdür.

İdxal strukturunda bir başa ərzaq məhsulları ilə əlaqəli olmayan məhsulların da təsiri özünü biruzə verir. Belə ki, istehsal xarakterli idxal avadanlıqları məhsuldarlığı artırır, ərzaq məhsullarının reallaşması şəraitini maksimumlaşdırır. Ona görə də idxalın səmərəsi ayrı-ayrı funksional məhsullar və sahələr üçün deyil, bir-birinə təsir edən kompleks amillərlə ölçülür. Multiplasiya səmərəsi olaraq idxalın səmərəsi onun istifadəsi nəticəsində paylanmış xüsusi səmərələrin maksimumlaşdırılması kimi özünü biruzə verir.

$$\sum_i \sum_j x_{ij} x_j^r \rightarrow \max$$

$$r=1....R$$

$$\sum_i \sum_j x_j^r = \dot{I}_g$$

Burada x_{ij} - j məhsulunun idxalının i fəaliyyəti üzrə paylanma və natriyası, x^r - r variantı üzrə istehsal proqramlarında artımın həcmi, \dot{I}_g - bütün məhsullar və variantlar üzrə bazar təklifi.

İxracat potensialı təşkilatı iqtisadi amil olmaqla ölkədə baş verən iqtisadi artımın mənbəyi və həmçinin onun səmərəli istifadəsi yolları kimi özünü göstərir. Respublikada ixracatın quruluşu, sahibkarlıq fəaliyyəti, istehsal strukturu və həmçinin mülkiyyət formalarından asılı olaraq inkişaf edir. Neft sektorunun ümumi daxili məhsulda payının mövcud yuxarı olması, onun gələcək artımda xüsusi çəkisinin 50-60 % olması, təbii ki, ixracın strukturunda neft sektorunun aparıcı rolunu saxlayır. Bununla yanaşı neft sektoru ilə digər sahələrin də inkişafı, o cümlədən aqrar sektorun, turizm sahəsinin inkişafı ixracatda ərzaq məhsullarının rolunu artırır.

Respublikada 2006-cı ilin 8 ayı ərzində xarici dövletlərlə ticarət dövriyyəsi 7,0 mlrd. dollara yüksəlmiş, 3,7 mlrd. dollar ixrac, 3,3 mlrd. dollar idxal edilmişdir. İdxalın strukturunda fiziki və hüquqi şəxslərin payı daha yüksəkdir. İdxal-ixrac əməliyyatları üzrə müsbət saldo 312,3 min dollar təşkil edir. İxrac əməliyyatlarında 3202 hüquqi və 5179 fiziki şəxs iştirak edib. İxrac əməliyyatlarında dövlət sektorunun payı 66,6 % və ya 2,4 mln. dollar, özəl sektorda 32,3 % və ya 1,2 mln. dollar, fiziki şəxslərin payı 1,23 % 44,8 min dollar təşkil edib. İdxal əməliyyatlarında dövlət sektorunun payı 28,0 % 937,7 min dollar, özəl sektorun payı 66,7 % 2,2 mln. dollar, fiziki şəxslərin payı isə 5,3 % 117,0 min dollar təşkil edib.

İxracatın stimullaşdırılması üçün ərzaq məhsullarının istehsalı və ixracı üçün müxtəlif metodlar və me-

xanizmlər tətbiq olunur. O cümlədən ixrac rejiminin təkmilləşməsi ərzaq məhsulları istehsalına qoyulan kapital qoyuluşunun artması zərurəti meydana çıxır.

İxracat problemi təbii sərvətlər coğrafi mühit və həmçinin digər ölkələrin tələbat sistemi ilə bağlıdır. Belə ki, xammal və resurs mənbəi olaraq ölkə ixracat ölkəsi üstünlüklərini və həmçinin istehsal obyektlərinin inkişafına şərait yaradır. Kapital axını ilə yerlərdə ucuz resurslardan istifadə etməklə sənaye müəssisələri yaratmaq qloballaşma şəraitində mühüm strateji xətt olaraq idxala şərait yaradır. Ona görə də istehlak bazarının xarici ölkələrdə istehsal bazarının isə respublikada yerləşməsi bütövlükdə idxal və ixrac konsepsiyasının qarşılıqlı əlaqəsini formalaşdırır. Ona görə də ərzaq kompleksi idxal və ixracın hər birinə təsir etməklə ixracatın özünün istehsaldan asılılığını formalaşdırır.

$$\frac{I_x(t)}{I_q(t)} \cdot \dot{U}D(t) = S(t)$$

Burada, $\dot{U}D(t)$ - ümumi daxili məhsul, $S(t)$ - ixrac və idxalın saldosu, $I_x(t)$, $I_q(t)$ - uyğun olaraq ixracat və idxal məhsullarıdır.

Ərzaq bazarının idxaldan bir başa asılılığı onun ayrı-ayrı məhsullar üzrə tələbatını ödəmək üçün istehlak strukturuna təsir edən məhsullar ilə ölçülür. İstehsal vasitəsi ilə ərzaq istehsalına təsir idxalın sonrakı inkişafını azaldır. Ona görə də hər hansı t anında ölkəyə gətirilən ərzaq istehsalı üçün lazım olan məhsullar, onun hazır şəkildə gətirilməsinin qarşısını alır. Ona görə də qloballaşan dünya şəraitində iri dövlətlər hazır məhsulun ixracat bazarını əldə saxlamaq üçün həmin məhsulun istehsalını ərəzidə istehsal etməyi daha üstün tuturlar. Ərzaq bazarının xammal artıqlığı həmin xammalın başqa respublikalara axını və həmin respublikalarda emal edilməsi sənaye məhsulu şəklində ərzaq və qeyri ərzaq məhsulu kimi idxalı baş verir. Belə ki, heyvandarlıq məhsulları həm ərzaq, həm də qeyri-ərzaq, bitkiçilik məhsulları, həm ərzaq, həm də heyvandarlıq üçün istifadə olunduqda, onun alternativ səmərəsi istiqaməti meydana çıxır. Belə halda hər hansı fəaliyyətin bir yox, bir neçə effekti meydana çıxır. Ona görə də ərzaq bazarını təşkil etmək həm istehsal, həm də istehlakın formalaşması üçün idxala, yaxud ixraca üstünlük vermək və onların qarşılıqlı effektini nəzərə almaqla qiymətləndirilir və proqnozlaşdırılır. İdxal və ixrac əməliyyatı məkan, məzmun və həcm etibarlı ilə törəmə proseslər olub, onun idarə edilməsi "sinergetik" effekt kimi qiymətləndirilir. Proqnozlaşmada idxala və ixraca tədiyyə balansının tarazlığını təmin edən sahə və kəmiyyət kimi qiymətləndirilir. İdxal və ixracın saldosu ölkə iqtisadiyyatının daxili və xarici millərdən asılılığını göstərir.

Ərzaq istehsalını artıran maddi-texniki baza onun hazır məhsulunun gətirilməsini azaldır. Belə ki, ərzaq bazarının idxal və ixrac coğrafiyası, onun konkret resurs və yaxud hazır məhsul forması alternativ və "sine-

rgetik" effektlə ölçülür. Ərzaq təhlükəsizliyi və maliyyə potensialını gücləndirmək üçün hər bir sahənin ixracat və idxal potensialının güclənməsi aşağıdakı prinsiplər üzərində qurula bilər:

-idxal və ixrac konseptual ərzaq təhlükəsizliyi və ərzaq bazarının daxili strukturunu müəyyənləşdirən strateji və ətalətli struktur siyasətidir. Bu siyasət makrosəviyyəli temp və nisbətlər, həmçinin ərazi və sahə dəyişmələri ilə baş verməlidir.

-ərzaq bazarında idxal və ixrac sosial yönümlü iş qabiliyyəti, alıcılıq qabiliyyəti və istehlakçının maraqları qorunmalıdır. Əhalinin istehlak davranışı və onun fərdi istehsal strukturunda ixrac və idxal potensialı qiymətləndirilir və proqnozlaşdırılır.

-ərzaq bazarının ixracat potensialını yüksəltmək üçün hüquqi və fiziki şəxslərin təsərrüfat fəaliyyətində səmərəli saldo əldə etmək üçün təşəbbüskarlıq və məncment idarəçiliyini stimullaşdıran mexanizmlərin əsaslandırılması.

-idxal və ixracın texniki və təşkilatı aspektlərini təkmilləşdirməklə, ərazi və global mənafehlərin qorunması yollarının proqnozlaşdırılması.

Təbii ki, bu prinsiplər daha çox ixracat yönümlü tədbirlər kimi idxala da stimulyə və zərurət yaradır. Aqrar sektorun coğrafi resurs potensialı ərzaq ixracatının potensialını formalaşdırır. İxracata idxalın funksiyası kimi baxmaq olar. Amma ixracatın da artımı idxal üçün potensial rolunu oynaya bilər. Ona görə də idxal və ixracata kompleks və makroiqtisadi göstəricilər sistemi kimi baxmaq olar. Onun uyğunluğu hər bir məhsul üzrə potensial olaraq qiymətləndirilir.

$$\sum_i \sum_j x_{ij} = \sum_i \sum_j y_{ij}$$

burada, x_{ij} - j məhsulunun i hüquqi və fiziki şəxs tərəfindən ixracı, y_{ij} - i məhsulu və resursunun idxalı.

İxracatın tənzimlənməsi üçün aparılan tədbirlər ixracat yönümlü istehsala stimulyə yaratmaq, sahibkarların bir başa ixracat yönümlü orientasiya götürməsi ilə əlaqədardır. İxracat yönümlü strategiya bazarın öyrənilməsi və hər bir istehsal məhsulunun daxili tələbat və xarici tələbatın ödənilməsi üçün təsnifatlaşdırılması yolları və onların stimullaşdırılması yolu ilə tənzimlənir. Belə ki, yeyinti sənayesinin inkişafı, kolbasa məhsulları, balıq və bitki yağları istehsalı bazarı daxili bazarın tələbatını ödəyən həcmdə istehsalı həmin məhsulların gətirilməsi-ni azaldır.

İdxal və ixracın dəyişməsi ümumi daxili məhsulun artımı ilə uğunlaşır. İxracın ümumi daxili məhsulun artımına təsiri, onun istehsalına çəkilən xərclərin daxilində idxalın çox olması və ümumi daxili məhsulun istiqadəsində ixracatın çoxalması ilə izah olunur. İxrac və idxalın ümumi daxili məhsula təsirini elastiklik əmsalları ilə hesablamaq olar.

Əgər daxili məhsulun idxal və ixracatdan asılılığı istehsal funksiyası ilə təsvir olunsaydı

$$BY = A^{\alpha} B^{\beta} C^{\eta}$$

istehsal funksiyasını təsvir etmək olar.

Burada, BY- ümumi daxili məhsulun idxal hesabına artımı, A - resursların idxal hesabına artımı, B- işçi qüvvəsinin əlavə kapital və əmək haqqı hesabına artımı, C - idxal olunmuş məhsulların səmərəli istifadə göstəricisi, α, β, η - elastiklik əmsallarıdır.

İxracata stimül yaratmaq iqtisadi yollarla baş verir. Daha çox xarici bazarlara çıxış üçün istehsal həminin artırılması, onun marketing strukturunun təkmilləşməsi, xarici ölkələrdən gələn turistlərin və xarici şirkətlərin respublikada müştərək formada istehsal və xüsusi müəssisələrinin artırılmasına şərait yaradılır. Respublikada ixracat bazarının təşkili, ayrı-ayrı məhsul və xidmət istehsalının potensialı ilə müəyyənləşir.

Ərzaq potensialı həm təbii coğrafi şərait, həm də ölkə iqtisadiyyatının digər sahələrinin inkişafı ilə bağlıdır. O cümlədən, azad iqtisadi zonaların təşkili, ticarət birjalari, satına emalların təşkili üçün tender prosesinin tikilməsi ixracat vergisinin olmaması və yaxud onun o variantı ixracata stimül yaradır.

Ərzaq ixracatı daxili bazarın ödənilməsində aparılan tədbirlərin səmərəsi ilə də ölçülür. Belə ki, ixracatın özünün amili olaraq idxalın tənzimlənməsi qoyuluş problemi kimi proqnozlaşdırıldıqda ixrac və idxal saldosuna təsir edir. Respublikada ərzaq və ərzaq məhsullarının ixracatı üçün onun istehsalı və emalı texnologiyasını səmərəli istifadə təşkil etmək üçün onun idxalına ehtiyac yaranır. Hər bir ərzaq sənayesində məhsuldarlığın artırılması üçün yeni texnologiyalar, daha məhsuldar toxum sortları, mineral gübrələr emal müəssisələrinin daha səmərəli təşkili baş verməlidir. Ona görə də ixracın idxaldan asılılığı reqresiya tənlikləri ilə ifadə olunur.

$$I_x(t) = \alpha + b I_e(t)$$

İxracat və idxal arasında əlaqənin qiymətləndirilməsi üçün sahələr arası balanslardan istifadə etməklə hər bir sahənin təkrar istehsal strukturunda gətirilən

məhsulun rolu qiymətləndirilir. Uyğun olaraq həmin sahənin məhsulunun ixrac yükü və ixrac hesabına əldə olunan mənfəətin təkrar istehsal sahələri üçün bölgüsü və istifadəsi sxemi müəyyən edilməklə idxalın və yaxud ixracın xüsusi səmərəlilik təsiri qiymətləndirilir.

$$\sum_j a_{ij} x_j + y_i = y_i$$

$$G_i Y_i x_i = Y_g$$

Harada ki, x_j - j məhsulu, a_{ij} - j məhsulunun istehsalına i məsrəfləri, Y_i - i sahəsinin son məhsulu, G_i - sahənin ümumi daxili məhsulu, x_i - i sahəsinin ixracat payı, Y_g - ümumi məhsulun respublikada istehlakı.

İxracat strukturunda prioritetlər və əsaslanma ixracat prioritetinin mövcud istehsal və istehlak imkanlarını və balansını nəzərə almaqla planlaşdırır. İxracata meyl ola bilsin ki, ayrı-ayrı istehlakçılar üçün kommersiya gəlirləri baxımından daha sərfəlidir. Onda onun istehsalına istehsalçılar can atırsı, onun ixracat hissəsi daxili bazarda tələbin və əhalinin alıcılıq qabiliyyəti ilə müqayisə olunmalıdır. Bəzi məhsulların tələbatının ödənilmə dərəcəsi aşağıdırsa, onun ixracatı iqtisadi yolla, gömrük nəzarəti vasitəsi ilə tənzimləyə bilərlər. Lakin bu zaman həmin sahənin və texnoloji prosesin rentabellik səviyyəsini də nəzərə almaq vacibdir.

$$T_{\text{öd}} = F_{\text{ak}} / F_{\text{nor}} > 1$$

$$I_x(t) = A_0 e$$

burada $T_{\text{öd}}$ - tələbatın ödənilmə dərəcəsi, F_{ak} - faktiki istehlak adambaşına, F_{nor} - normativ istehlak adambaşına, $I_x(t)$ - ixracatın dəyişmə meyli, A_0 - tələbatın ödənilmə dərəcəsinin yox halında maksimal ixracat məhsulunun ekzogen hesablanmış göstəricisidir.

Beləliklə, ixracat və tələbat arasında analitik təhlil və proqnoz yolu ilə perspektiv inkişafda ixracat intensivliyini və onun ayrı-ayrı məhsul növləri üzrə marketing quruluşunu proqnozlaşdırmaq mümkündür.

ƏDƏBİYYAT

1. H.Ə.Əliyev. Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı 1997. 2. Əlirzayev Ə.Q. İqtisadiyyat düşüncələri, baxışlar. Bakı 2002. 3. Qurbanzadə A.A. Aqrar bazar şəraitində ixrac potensialının struktur inkişaf modeli. AzETKTİ və Tİ "Elmi əsərləri". Bakı 2004. № 2.